کیهانی، رکسانا؛ کیانی، محمدرضا؛ هاشم زاده، محمدجواد (۱۳۹۸). نقش هدف‌های اجتماعی به عنوان یک متغیر شناخت اجتماعی در رفتاراطلاعاتی. *پژوهشنامه کتابداری واطلاع‌رسانی*، ۹ (۱)، ۱۲۴– ۱۴۴.

نقش هدف‌های اجتماعی به عنوان یک متغیر شناخت اجتماعی در رفتاراطلاعاتی[۱]

رکسانا کیهانی[۲]، محمدرضا کیانی[۳]، محمدجواد هاشم زاده[۴]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۱/۲۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۳/۲۹ DOI: 10.22067/riis.v9i1.62648

چکیده

مقدمه: رفتار اطلاعاتی، فرایندی تعاملی است که در آن اغلب افراد پس از احساس نیاز اطلاعاتی برای ارضای آن اقداماتی انجام می‌دهند. فرد در چهارچوب شناخت اجتماعی به انجام رفتار اطلاعاتی خاص مبادرت می‌کند. درک و شناخت متغیرهای شناخت اجتماعی و بررسی نقش آن‌ها منجر به ارتقای رفتار اطلاعاتی افراد و جامعه و نیل به یک جامعه اطلاعاتی خواهد شد. هدف پژوهش حاضر، بررسی نقش هدف‌های اجتماعی به‌عنوان یک متغیر شناخت اجتماعی در رفتار اطلاعاتی است.

روش‌شناسی: این پژوهش توصیفی بر روی دانشجویان کارشناسی ارشد و دکتری شاغل به تحصیل در نیمسال اول ۱۳۹۵–۱۳۹۶ در دانشگاه فردوسی مشهد (۳۸۴ نفر) انجام شد. روش نمونه‌گیری، تصادفی طبقه‌ای نسبتی و روش گردآوری داده‌ها نیز از طریق پرسش‌نامه محقق ساخته چاپی بود.

یافته‌ها: میزان میانگین هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی کاربران از حد متوسط بیشتر بود. همچنین حوزه تحصیلی آزمودنی‌ها نقشی در میزان هدف‌های اجتماعی مرتبط با رفتار اطلاعاتی کاربران نداشت؛ اما مقطع تحصیلی و جنسیت بر نمره آزمودنی‌ها دارای نقش بود. در میان مؤلفه‌های هدف‌های اجتماعی، نگرانی اجتماعی کمترین نمره را کسب کرده و این نمره کمتر از حد متوسط بوده است.

نتیجه گیری: نتایج نشان داد، میزان میانگین هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی از حد متوسط بیشتر بود. همچنین حوزه تحصیلی آزمودنی‌ها در میزان هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی آن‌ها مؤثر نبوده و میان نمره آزمودنی‌های حوزه چهارگانه

---

۱. این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد می‌باشد.

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه بیرجند، keihaniroksana@gmail.com

۳. استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه بیرجند (نویسنده مسئول)، kiani.mreza@birjand.ac.ir

۴. دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه بیرجند، hashemzadeh@birjand.ac.ir

(علوم انسانی، علوم پایه، علوم مهندسی و کشاورزی) تفاوت معنادار نبود؛ اما مقطع تحصیلی و جنسیت بر نمره آزمودنی‌ها در هدف‌های اجتماعی مؤثر بود.

کلیدواژه‌ها: رفتار اطلاعاتی، شناخت اجتماعی، هدف‌های اجتماعی، وابستگی اجتماعی، نگرانی اجتماعی، کسب شایستگی اجتماعی، کسب نتایج جامعه‌پسند، اثبات قدرت و توانمندی به دیگران.

مقدمه

به‌دنبال گرایش روان‌شناسی از رفتارگرایی به شناخت در دهه ۷۰ میلادی، پژوهش در علم اطلاعات و دانش‌شناسی یک چرخش شناختی (کرنلیوس[1] ۲۰۰۲) را به‌طرف کاوش فرایندهای شناختی در زمینه رفتار کاربران، تجربه کرد برای نمونه، دی می[2] ۱۹۷۷؛ بندورا و آدامز[3] ۱۹۷۷. در دهه ۸۰، افزون‌بر شناخت،[4] شناخت اجتماعی[5] نیز مطرح شد (به‌عنوان‌مثال، کاپورو[6] ۱۹۸۵) که زمینه‌ساز اهمیت به تأثیرات محیطی و اجتماعیِ رفتار اطلاعاتی بود (کیانی، ۱۳۹۱).

شناخت اجتماعی از سویی، در اجتماع و ازسوی‌دیگر، در فرد و توان شناختی او پایه دارد و فرآیندهای تعامل و اثرگذاری متقابل آن‌ها بر یکدیگر را بررسی می‌کند (صحبت‌زاده لنبر، ۱۳۷۹). درواقع، شناخت اجتماعی یک حوزه موضوعی نیست؛ بلکه یک سطح از تجزیه‌وتحلیل است که باهدف درک پدیده‌های روان‌شناختی اجتماعی از طریق بررسی فرایندهای شناختی زمینه‌ساز این پدیده‌ها صورت می‌پذیرد. دغدغه اصلی این رویکرد فرآیندهای درگیر در ادراک، قضاوت و حافظه در ارتباط با محرک‌های اجتماعی، اثرات عوامل اجتماعی و عاطفی بر پردازش اطلاعات و پیامدهای رفتاری و تکاملی بین افراد درزمینه فرایندهای شناختی است. این سطح از تحلیل ممکن است به برخی از حوزه موضوعی ازجمله پژوهش در فرآیندهای درون فردی، بین فردی، درون‌گروهی، بین گروهی و رفتار استفاده از اطلاعات مرتبط باشد (شناخت اجتماعی چیست، ۲۰۱۶)[7].

در بسیاری از مدل‌ها و نظریه‌های رفتار اطلاعاتی[8] به نقش شناخت و محیط اجتماعی توجه شده است به‌عنوان‌مثال، اینورسن[9] رفتار اطلاعاتی را بر پایه فضای شناختی کاربر، محیط سازمانی و اجتماعی می‌داند.

1. Cornelius
2. De May
3. Bandura & Adams
4. Cognitive
5. Social cognition
6. Capurro
7. Http://www.ucl.ac.uk/~ucjtrc1/ISCON
8. Information Behavior
9. Ingwersen

در الگوی اینورسن کاربران الگوهایی از وظیفه کاری، نیازهای اطلاعاتی، مشکل‌ها و هدف‌های خود دارند که بیشتر ضمنی ولی قابل‌بیان است. وی معتقد است که فرایند اطلاع‌یابی با عوامل شناختی مانند ادراک، حافظه، تشخیص، یادگیری و حل مسئله در پیوند است (ویلسون[1] ۱۹۹۱ در داورپناه، ۲۰۰۷). ساراسویک[2] با ارائه الگوی تعامل طبقه‌ای در یک ساختار سه سطحی و اختصاص یک سطح به موقعیت کاربر نشان داد که به عنصر محیط اطلاعاتی توجه دارد. وی در روشن ساختن سطح موقعیت کاربر، نیاز اطلاعاتی کاربر را علت تعامل با نظام اطلاعاتی ذکر کرده است (در داورپناه، ۱۳۸۶). ساراسویک عنصر محیط را پیش از موقعیت کاربر در الگوی خود آورده است. همچنین بلکین[3] در الگوی اطلاع‌یابی خود، نیاز اطلاعاتی فرد را نتیجه ناهمگونی در وضعیت دانشی فرد می‌داند. وی در الگوی خود به دو جهان درونی و بیرونی فرد اشاره دارد که دانش ذهنی و عالم درونی فرد را اثرپذیر از عالم واقع یا بیرون می‌داند (داورپناه و سالاری، ۱۳۹۰).

تفاوت آشکاری بین دیدگاه شناختی و دیدگاه شناخت اجتماعی وجود دارد (یورلند،[4] ۲۰۰۲). در دیدگاه شناختی، نیازهای اطلاعاتی چیزی است که در فرد ایجاد می‌شود (تایلر[5]، ۱۹۶۸) و در تحلیل دیدگاه شناخت اجتماعی، نیاز به اطلاعات توسط عوامل اجتماعی و فرهنگی پدید می‌آید (یورلند، ۲۰۰۲).

در این مقاله، منظور از رفتار اطلاعاتی در بافت تعاریف و توضیحات بالا و براساس تعریف ویلسون (۲۰۰۰) اشاره به رفتارهایی دارد که در تعامل با اطلاعات شامل رفتارهای اطلاع‌یابی، اطلاع‌جویی و استفاده از اطلاعات و مرتبط با شناخت اجتماعی کاربران باشد.

در بررسی مدل‌های خاص شناخت اجتماعی، انواع خاصی از متغیرهای شناخت اجتماعی برجسته می‌شوند که ممکن است افراد در تصمیم‌گیری پاسخ‌های رفتاری در موقعیت‌های اجتماعی آن‌ها را به‌کارگیرند. مدل‌ها متغیرهای متفاوتی را مورد تأکید قرار داده‌اند که در سراسر این مدل‌ها، فرآیند شناختی اجتماعی نقش مهمی در رفتار اجتماعی افراد بازی می‌کند (اردل، ریورا، شفرد وهولب،[6] ۲۰۱۰). متغیرهای شناخت اجتماعی که به‌نظر می‌رسد، بیشتر مرتبط با رفتار اطلاعاتی باشند باتوجه‌به پژوهش اردل و همکاران (۲۰۱۰) عبارت‌اند از: هدف‌های اجتماعی،[7] ادراک خود کارآمدی[8] و اسناد نسبت به شکست‌ها یا

1. Wilson
2. Saracevic
3. Belkin
4 Hjorland
5 Taylor
6 Erdle, Rivera, Shepherd & Holleb
7 Social goals
8 Self-efficacy perceptions

موفقیت‌های اجتماعی.[1] به‌دلیل اینکه در مقایسه با خودکارآمدی و اسناد کمتر به متغیرهای هدف‌های اجتماعی توجه شده است. در عین حال که این متغیر نقش بسیار مهمی در رفتار اطلاعاتی کاربران دارد، این مقاله هدف اصلی خود را بر نقش هدف‌های اجتماعی به عنوان یک متغیر شناخت اجتماعی مهم در رفتاراطلاعاتی کاربران متمرکز نمود. در ادامه، منظور از هدف‌های اجتماعی در بستر شناخت اجتماعی و ارتباط مفهومی آن با رفتار اطلاعاتی تشریح شده است.

هدف‌های اجتماعی

تعاملات هرروزه انسان متکی به استنباط او از هدف‌های اجتماعی است. اهدافی که یک فرد به‌صورت، آگاهانه در ارتباط با فرد یا عاملی دیگر اتخاذ می‌کند، مانند دنبال‌کردن، فرارکردن، نزدیک‌شدن، اجتناب، کمک‌کردن و مانع‌شدن (بیکر،گودمن و تنبائوم[2]، ۲۰۰۸). رایان[3](۲۰۰۹) معتقد است، هدف‌های اجتماعی از چند بعد موردبررسی قرارگرفته است. برخی از محققان مانند فورد[4](۱۹۹۲)، جاروین و نیکولز[5] (۱۹۹۶)، آندرمن و آندرمن[6](۱۹۹۹)، هدف‌های اجتماعی را به‌عنوان تلاش افراد برای انجام کارهای مختلف با همتایان خود بیان می‌کنند. گروهی دیگر مانند اردلی، کین، لومیس، دوماس هینس و دوویک[7](۱۹۹۷)، هارست، فینی و بارون[8](۲۰۰۷) و رایان و شیم[9](۲۰۰۸) هدف‌های اجتماعی را به‌عنوان جهت‌گیری مشخص به‌سمت شایستگی اجتماعی تعریف کرده‌اند و تمرکز آنان بر یادگیری مواد و مهارت‌های جدید، رشد و بهبود است. دسته‌ای دیگر مانند داوسون ومسینرنی[10](۲۰۰۱)، آردن و مایر[11](۱۹۹۵)، هدف‌های اجتماعی را به‌عنوان دلایل اجتماعی که باعث پیشرفت می‌شوند، تعریف کرده‌اند. براساس تعاریف ذکرشده، پنج نوع هدف اجتماعی در این مقاله مورد توجه قرار گرفت که عبارت بودند از وابستگی اجتماعی،[12] نگرانی اجتماعی،[13] کسب شایستگی اجتماعی،[14] کسب نتایج جامعه‌پسند[15] و اثبات قدرت و توانمندی به همتایان[16]

1 Attributions for social success or failure
2. Baker, Goodman & Tenenbaum
3. Rayan
4. Ford
5. Jarvinan & Nicholls
6. Anderman & Anderman
7. Erdley, Cain, Loomis, Dumas-Hines & Dweck
8. Hurst, Finney, & Barron
9. Shim
10. Dowso & McInerney
11. Urdan & Maehr
12. Social affiliation
13. Social concern
14. Social competence
15. Prosocial outcomes
16. Power over peers

در مبانی نظری فوق تصریح می‌شود که هدف‌های اجتماعی افراد بر نحوه رفتار آن‌ها مؤثر است و لذا انتظار می‌رود که هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی کاربران نیز نقش داشته باشد.

در این پژوهش هدف‌های اجتماعی شامل حالات یا پیامدهای درونی (مثل احساس شادی یا اجتناب از پریشانی) یا بیرونی (مثل اولین نفربودن در صف) است. تعدیل و تنظیم برانگیختگی در هر موقعیت اجتماعی رفتار را به‌سوی هدف هدایت می‌کند (کریک و دوج، ۱۹۹۴). همچنین هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی بر اساس نمره‌ای که پاسخ‌گو از پرسش‌نامه نقش هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی که شامل سه بخش هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاع‌جویی، هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاع‌یابی و هدف‌های اجتماعی در رفتار استفاده از اطلاعات می‌گیرد، محاسبه شده است.

تحقیقات نشان داده است که اصلاح هدف‌های اجتماعی می‌تواند پیامدهایی برای بهبود رفتار و روابط اجتماعی را به‌دنبال داشته باشد (ونتزل[1]، ۲۰۰۵). همچنین هدف‌های اجتماعی در تعاملات مستقیم با تعاملات و دستاوردهای علمی است (ونتزل، ۱۹۹۶). به‌عنوان‌مثال، اهداف احساس مسئولیت،[2] نگرش مثبت نسبت‌به محیط آموزشی را به‌دنبال دارد. تلاش برای کسب نتایج جامعه‌پسند و ایجاد صمیمیت با همسالان در جهت مثبت با روابط اجتماعی هستند که حضور در محیط‌های آموزشی را آسان می‌کند (رایان، ۲۰۰۹). پژوهش‌های فراوانی به هدف‌های اجتماعی به‌طورکلی و هر کدام از مؤلفه‌های آن به‌طورخاص، پرداخته‌اند از جمله شیخ محمدی، ارجمندنیا، حسن زاده، رضایی و میرحصاری (۱۳۹۳)، دامغانیان و یزدانی‌زیارت (۱۳۹۴)، محققی، دوستی و جعفری (۱۳۹۵)، پاتریکس، هیکس و رایان[3] (۱۹۹۷)، استون و ویز[4] (۲۰۱۵) و مکینتاش[5] (۲۰۱۶).

در ادامه، باتوجه‌به اینکه پژوهشی در مورد نقش هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی به‌طورخاص، نداریم به آن دسته تحقیقات که ارتباط هدف‌های اجتماعی و مؤلفه‌های آن را با رفتار به‌طورکلی، بررسی کرده‌اند اشاره می‌شود.

جروین و نیکولز[6] (۱۹۹۶) هدف‌های اجتماعی و باورهای دخیل در رفتار ایجاد رابطه بین همتایان در بین ۲۶۶ دانش‌آموز با روش توزیع پرسش‌نامه مورد بررسی قرار دادند. تحلیل عاملی نشان داد که نوجوانان

1. Wentzel
2. Responsibility goals
3. Patrick, Hicks, Ryan
4. Stuntz & Weiss
5. Mackintosh
6. Jarvinen & Nicholls

در ایجاد رابطه با همتایان خود شش هدف عمده (صمیمیت، مراقبت، تسلط، رهبری، محبوبیت و اجتناب)[1] را دنبال می‌کنند. همچنین شش باور صادق‌بودن،[2] جایگاه فرد،[3] عهده‌داربودن مسئولیت،[4] ادعای سرپرستی کردن،[5] سرگرم‌کردن دیگران[6] و سرسخت‌بودن[7] جزء رفتارهایی شناخته شد که منجربه موفقیت روابط می‌شوند.

رایان، هیکس و مدلی[8] (۱۹۹۷) در پژوهشی به‌بررسی علت رفتار اجتناب از درخواست کمک در انجام کار کلاسی در زمانی می‌پردازند که نیاز به کمک دارند. نتایج حاصل از نظرسنجی بین ۴۴۳ دانش‌آموز در ۱۲ مدرسه نشان داد، تمایل به‌همراهی با گروه محبوب با تلقی‌کردن کمک به‌عنوان یک تهدید رابطه مثبت دارد، همچنین اگر شخص در راستای توسعه توانایی‌های فردی قرار بگیرد، کمک‌گرفتن را تهدید نمی‌داند و ایجاد ارتباط مثبت با همتایان ارتباط منفی با کمک‌طلبی به‌عنوان یک تهدید داشت.

رادکین، رایان، جامینسون و ویلسون[9] (۲۰۱۳) به بررسی پیش‌سازهای انگیزشی[10] و کاربرد مدل دوگانه شایستگی اجتماعی[11] می‌پردازند. آن‌ها در طول سه‌سال بین ۹۸۰ دانش‌آموز به بررسی روابط بین هدف‌های اجتماعی که توسط خود فرد گزارش‌شده و نمره‌ای پرداختند که معلم به آن‌ها داده است. یافته‌های حاصل از تحلیل عاملی تأییدی، سه عاملِ افزایش مهارت به‌منظور ترویج دوستی، اثبات‌کردن موقعیت اجتماعی و جلوگیری از قرارگرفتن در موقعیت اجتماعی پایین را برای هدف‌های اجتماعی تأیید کرد. نتایج نشان داد که جهت‌گیری هدف‌های اجتماعی در رفتارها ناشی از انتخاب رفتارهایی با سازگاری اجتماعی بود.

اردلی و اشر[12] (۱۹۹۶) در مطالعه‌ای به بررسی پاسخ رفتاری متفاوت در کودکان در مواجهه با یک مسئله (نقض قانون، صرف‌نظرکردن، حل مسئله)[13] می‌پردازند. آن‌ها عملکرد ۷۸۱ دانش‌آموز را با استفاده از پرسش‌نامه در پاسخ به یک مسئله در موقعیت‌های فرضی متفاوت بررسی کردند. نتایج نشان داد، افرادی که

1. Intimacy, Nurturance, Dominance, Leadership, Popularity, and Avoidance
2. Being Sincere
3. Having Status
4. Being Responsible,
5. Pretending to Care
6. Entertaining Others,
7. Being Tough
8. Ryan, Hicks & Midgley
9. Rodkin, Ryan, Jamison & Wilson
10. Motivational precursors
11. Dual-component model of social competence
12. Erdley & Asher
13. Aggression ,withdrawal ,problem solving

نقض قانون می‌کنند، یا افرادی که به‌طورکلی مسئله را فراموش می‌کنند و افرادی که به حل مسئله پیش رو می‌پردازند، در هدف‌های اجتماعی و ادراک خودکارآمدی متفاوت‌اند. این پژوهش مشخص می‌کند رفتار فرد در یک وضعیت خاص به شناخت اجتماعی وی از همان وضعیت و حالت اجتماعی برمی‌گردد و ازاین‌رو، حائز اهمیت است.

مرور پیشینه‌ها کمبود مطالعات انجام‌شده در حوزه رفتار اطلاعاتی با رویکرد شناخت اجتماعی را نشان می‌دهد. نسبت‌به متغیرهای دیگر، دربارهٔ خودکارآمدی بیشتر کار شده است (به‌عنوان‌مثال عباسی، ۱۳۹۵). همچنین دربارهٔ اسناد، بر اساس جست‌وجوی محقق، فقط یک مطالعه دربارهٔ تأثیر هیجان‌ها و القای هیجانی بر رفتار اطلاع‌یابی کاربران و تعیین الگوی انتساب هیجان‌ها بر اساس نظریه انتساب (اسناد) کار شده است که بهزادی (۱۳۹۳) با روش کاربردی، به‌شیوه پیمایشی، با استفاده از پرسش‌نامه انجام داده است. باوجوداین، در رابطه با نقش هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی، تا آنجا که پژوهشگر بررسی کرده است، پژوهشی یافت نشد. بنابراین این مطالعه با هدف بررسی نقش هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی طراحی و انجام شد.

مرور پیشینه‌ها نشان‌دهنده آن است که از سال‌های پیش، در زمینه رفتار اطلاعاتی، نگرش جدیدی صورت گرفته است و آن، تغییر از رویکرد نظام‌دارمدار به رویکرد کاربرمدار و توجه به کاربر است. نتایج حاصل از مرور پیشینه‌های پژوهش نشان‌دهنده آن است که شناخت اجتماعی و ادراکی که فرد از محیط پیرامون خود دارد، در بازتاب رفتار او تأثیرگذار است.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر، از لحاظ هدف کاربردی بوده و به روش توصیفی انجام‌شده و داده‌ها به‌صورت پیمایشی گردآوری‌شده است. جامعه این پژوهش، کلیه دانشجویان تحصیلات تکمیلی (کارشناسی ارشد و دکتری) دانشگاه فردوسی مشهد بودند که در نیم‌سال اول تحصیلی ۱۳۹۵-۱۳۹۶ به تحصیل اشتغال داشتند و تعداد آن‌ها بر اساس آمار تفکیکی به‌دست‌آمده از مدیریت آموزشی دانشگاه، ۹۴۳۴ نفر بود. ازاین‌میان، ۳۸۴ نفر (علوم انسانی، ۱۱۰ نفر ارشد و ۳۴ نفر دکتری، علوم پایه، ۵۰ نفر ارشد و ۳۳ نفر دکتری، علوم مهندسی، ۶۵ نفر ارشد و ۲۵ نفر دکتری، علوم کشاورزی، ۳۶ نفر ارشد و ۳۱ نفر دکتری) با استفاده از فرمول کوکران، به‌عنوان نمونه، انتخاب شدند. این حجم، بر اساس ویژگی‌های جامعه آماری، به‌شیوه طبقه‌ای تصادفی نسبتی، به‌ترتیب، برحسب طبقات حوزه تحصیلی و مقطع تقسیم شد تا تعداد لازم در هر طبقه به‌دست آید. براین‌پایه،

۳۸۴ پرسش‌نامه توزیع شد و به‌عنوان نمونه نهایی درنظر گرفته شد. ازجمله محدودیت‌ها در انجام پژوهش، بخش جمع‌آوری داده‌های پژوهش بود که در نهایت، پژوهشگر با مراجعه‌های مکرر بر این دشواری فائق آمد. مشکل دیگر این پژوهش، شیوه طراحی پرسش‌نامه بود که به نظر می‌رسید، فهم آن برای آزمودنی‌ها، در مدت‌زمان کم پاسخ‌گویی دشوار باشد. برای حل این مشکل، از توضیحات تکمیلی در ابتدا و پانویس استفاده شد و پژوهشگر با حضور در زمان پاسخ‌گویی به سؤالات آزمودنی‌ها دربارهٔ گویه‌ها، درصورت نیاز پاسخ می‌داد.

به منظور گردآوری داده‌های پژوهش حاضر، از پرسش‌نامه محقق‌ساخته استفاده شد. پرسش‌نامه‌های اسناد اجتماعی دانشجویان (بین و بل[1] ۲۰۰۴)، سبک‌های اسنادی (پترسون، سلیگمن، سمل، بایر، ایرامسون، و متالکسی[2] ۱۹۸۳)، هدف‌های اجتماعی رایان و هاپکینز[3](۲۰۰۳) و خودکارآمدی پری و راسموسن[4](۱۹۸۶) مبنای ساخت ابزار پژوهش حاضر را تشکیل دادند که این پرسش‌نامه، نقش هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی کاربران را سنجش می‌کند. لازم به ذکر است، گویه‌های پرسش‌نامه‌ای که ساخته شد، علاوه‌برسؤالات کلی، برای سنجش رفتار اطلاعاتی، سه بخش دیگر دارد که در هر بخش، گویه‌ها، نقش متغیرهای مستقل (اهداف اجتماعی، ادراک خودکارآمدی و اسناد) را در رفتار اطلاعاتی کاربران مورد سنجش قرار داد. بنابراین این پژوهش، یک پرسش‌نامه دارد که همزمان، نقش هر سه متغیر مستقل را در متغیر وابسته مورد سنجش قرار می‌دهد.

پرسش‌نامه نقش هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی، در سه بخش رفتار انسان در مواجهه با اطلاعات (یعنی رفتار اطلاع‌جویی، رفتار اطلاع‌یابی و رفتار استفاده از اطلاعات) طراحی شد و در زیر هرکدام، پنج گویه مربوط‌به مؤلفه‌های هدف‌های اجتماعی (وابستگی اجتماعی، نگرانی اجتماعی، کسب شایستگی اجتماعی، کسب نتایج جامعه‌پسند و اثبات قدرت و توانمندی به دیگران) آورده شده و برای نمره‌دهی از طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت استفاده شد.

1. Bain&Bell
2. Peterson ,Semmel ,Baeyer ,Abramson, Seligman &Metalsky
3. Ryan & Hopkins
4. Perry, and Rasmussen

در این پژوهش، برای سنجش روایی محتوایی پرسش‌نامه، نقش هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی، ازنظر متخصصان علم اطلاعات و دانش‌شناسی[1]استفاده شده و نظرات آنان اعمال شد. برای روایی سازه این پرسش‌نامه نیز روش تحلیل عاملی به‌کار گرفته شد. در مطالعه حاضر، محاسبه پایایی ابزار با استفاده از روش آلفای کرونباخ صورت گرفت که برای پرسش‌نامه حاضر، ۰/۷۴بود. باتوجه‌به این نکته که آلفای بیشتر یا مساوی ۰/۷به معنای برخورداری سؤال‌ها از پایایی‌لازم است (هو[2] ۱۳۹۲)، می‌توان گفت، پرسش‌نامه از پایایی خوبی برخوردار است. در ادامه، برای بررسی سؤالات پرسش‌نامه، از روش تحلیل سؤال استفاده‌شده است. قبل از اجرای آزمون‌های آماری، نرمال‌بودن توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف‌اسمیرنوف[3]مورد تأیید قرار گرفت. برای اطمینان از روایی سازه در پرسش‌نامه محقق‌ساخته، آزمون تحلیل عاملی بر روی گویه‌های پرسش‌نامه اجرا شد که نتایج حاکی از آن بود که در پرسش‌نامه هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی بررسی آزمون کرویت بارتلت که مقدار آن ۱۴۱۹ است، در سطح کمتر از ۰/۰۱ معنادار است. پس می‌توان فرضیه «ماتریس هم‌بستگی، ماتریس واحد است» را رد کرد. همچنین اندازه کفایت نمونه‌گیری[4]برابر با ۰/۷۶ به‌دست آمد که کاملاً مناسب است.

آزمون تحلیل عاملی روی همه گویه‌های پرسش‌نامه انجام گرفت. در تحلیل عـاملی، گویه‌هایی که در یک فاکتور قرار می‌گیرند، باید با یکدیگر هم‌بستگی بالایی داشته باشند و عواملی که ابعاد غیرمشابه را می‌سنجند، باید هم‌بستگی پایین داشته باشـند. برای هم‌بستگی درونی فاکتورها معیار ۰/۳۳ در نظر گرفته شـد. نتایج حاصـل از ماتریس هم‌بستگی فاکتورها یا عوامل نیز در جدول ۱ نشان داده‌شده است.

جدول ۱. ماتریس هم‌بستگی بین عوامل

عوامل (انواع هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی)	S. A.	S. Con.	S. Com.	P. O.	P. P.
وابستگی اجتماعی در رفتار اطلاعاتی (S. A.)	۱				
نگرانی اجتماعی در رفتار اطلاعاتی (S. Con.)	۰/۱۶	۱			
کسب شایستگی اجتماعی در رفتار اطلاعاتی (S. Com)	۰/۱۱	۰/۲۱	۱		
کسب نتایج جامعه‌پسند در رفتار اطلاعاتی (P. O.)	۰/۱۳	۰/۱	۰/۴۱	۱	

۱. علاوه‌بر استادان راهنما و مشاور، دکتر محمد زره‌ساز عضو هیئت‌علمی دانشگاه خوارزمی، دکتر رضا رجبعلی بگلو عضو هیئت‌علمی دانشگاه خوارزمی، دکتر رضا اکبرنژاد عضو هیئت‌علمی دانشگاه شهید مدنی تبریز و دکتر حسن محمودی دانشجو دکتری دانشگاه فردوسی مشهد

2. Ho
3. Kolmogorov-Smirnov Test
4. KMO

(P. P.) اثبات قدرت و توانمندی به دیگران در رفتار اطلاعاتی	۰/۱۳	۰/۲۶	۰/۵۷	۰/۵۱	۱

به‌منظور تصمیم‌گیری در مورد اینکه چند عامل، مناسب استخراج‌شدن در راستای معرفی داده‌ها هستند و چه مقدار از واریانس کل به‌وسیله آن عامل‌ها تشریح می‌شود، باید مقادیر ویژه هر عامل را بررسی کرد. بر همین اساس، تحلیل عاملی بر روی پرسش‌نامه انجام شد و نرم‌افزار عامل‌هایی که مناسب استخراج‌شدن هستند را شناسایی کرد. باتوجه‌به شاخص مقادیر ویژه، در پرسش‌نامه نقش هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی (جدول ۲)، پنج عامل برای چرخیدن مناسب شناخته شد. در جدول تعداد فاکتورهای عمومی استخراج‌شده بر اساس شاخص حفظ فاکتورهایی با مقادیر ویژه یک و بالاتر از یک، آشکار می‌شود که پنج فاکتور اول برای چرخش مناسب هستند. پنج فاکتور به ترتیب **۲۵/۵۳**٪، **۱۲/۳۷**٪، **۱۰/۹۳**٪، **۷/۴۳**٪ و **۶/۶۳**٪ واریانس کل را به خود اختصاص داده‌اند؛ یعنی اینکه تقریباً **۶۲/۳۹**٪ واریانس کل به این پنج فاکتور اختصاص دارد.

جدول ۲. میزان واریانس تبیین شده ۵ عامل استخراج‌شده نهایی در پرسش‌نامه نقش هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی

عوامل		میزان واریانس تبیین شده	
		درصد نهایی واریانس	درصد تجمعی واریانس
۱	کسب شایستگی اجتماعی	۲۵/۵۳۵	۲۵/۵۳۵
۲	کسب نتایج جامعه‌پسند	۱۲/۳۷۱	۳۷/۹۰۶
۳	نگرانی اجتماعی	۱۰/۹۳۱	۴۸/۸۳۷
۴	وابستگی اجتماعی	۷/۴۳۴	۵۶/۲۷۱
۵	اثبات قدرتمندی و توانمندی به دیگران	۶/۶۳۲	۶۲/۳۹۰

جدول ۳ ماتریس اجزای چرخش داده‌شده[1] عامل‌ها را بعد از چرخش واریمکس نشان می‌دهد. نتایج نشان داد که ۱۵ گویه هدف‌های اجتماعی در ۵ عامل موردنظر است. همچنین در هیچ‌یک از گویه‌ها بار عرضی[2] مشاهده نشد.

جدول ۳. نتایج ماتریس چرخش یافته واریمکس در پرسش‌نامه نقش هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی

1. Rotated Component Matrix

۲. هنگامی که بیان می‌شود، یک سؤال بار عرضی دارد، بدین معنا است که این گویه صرفاً به یک عامل اختصاص ندارد و براساس نتایج به‌دست‌آمده در تحلیل عاملی می‌تواند در زیرمجموعه دو عامل یا بیشتر قرار گیرد و مبنایی برای سنجش آن‌ها باشد.

شماره گویه	گویه	بار عاملی				
		S. A.	S. Con.	S. Com.	P. O.	P. P.
۱	اعتلای کشورم به عنوان یک هدف مهم در نحوه جست‌وجوی هدفمند اطلاعات برایم اهمیت دارد (اطلاع‌یابی).	۰/۸۲	−۰/۰۱	۰/۰۹	۰/۰۳	−۰/۹۳
۳	اعتلای زبان مادریم به عنوان یک هدف مهم در نحوه استفاده از اطلاعات برایم اهمیت دارد (استفاده از اطلاعات).	۰/۷۴	−۰/۰۱	۰/۰۹	−۰/۰۹	۰/۲۱۴
۲	سربلندی خانواده‌ام به عنوان یک هدف مهم در نحوه به‌کارگیری مهارت‌های اطلاعاتی برایم اهمیت دارد (اطلاع‌جویی).	۰/۶۹	۰/۱۴	−۰/۰۸	۰/۲۰	−۰/۰۸۹
۶	اگر من در ترکیب منبع بازیابی‌شده با موضوع مورد جست‌وجو مهارت داشته باشم، ممکن است، این توقع در دیگران ایجاد شود که تکالیفشان را انجام دهم (استفاده از اطلاعات).	۰/۰۱	۰/۸۱	۰/۱۵	۰/۰۵	−۰/۲۹
۵	آگاهی دیگران از عدم توانایی و تخصص من در مهارت‌های اطلاعاتی ممکن است باعث سر شکستی‌ام در جمع شود (اطلاع‌جویی).	۰/۰۵	۰/۶۴	−۰/۰۵	−۰/۰۵	۰/۲۴
۴	اگر من در یافتن یک منبع با موضوع خاص مهارت داشته باشم ممکن است در پژوهش‌های گروهی مورد سوء استفاده دیگران قرار گیرم (اطلاع‌یابی).	۰/۰۲	۰/۶۴	۰/۱۳	−۰/۰۳	۰/۰۶
۸	درصورت مهارت در استفاده از امکانات یک پایگاه طلاعاتی، مورد تایید استادانم قرار می‌گیرم (اطلاع‌جویی).	−۰/۰۵	۰/۲۳	۰/۸۰	۰/۰۶	۰/۰۹
۷	درصورت توانایی‌داشتن در پیداکردن منبع با موضوع خاص مورد توجه دوستانم قرار می‌گیرم (اطلاع‌یابی).	۰/۰۰۲	−۰/۱۶	۰/۷۹	۰/۲۴	۰/۱۰
۹	درصورت مهارت در تشخیص مرتبط‌بودن یک منبع با نیاز اطلاعاتی، محبوبیت من در نزد دیگران افزایش خواهد یافت (استفاده از اطلاعات).	۰/۱۶	۰/۲۰	۰/۷	۰/۱۹	۰/۱۰
۱۲	تشخیص اینکه یک منبع، مرتبط به رشته یا موضوع خاصی هست یا خیر، درکسب مراتب علمی بالاتر مؤثر است (استفاده از اطلاعات).	۰/۱۱	۰/۰۸	۰/۱۶	۰/۸۱	۰/۲۴
۱۰	توانایی پیداکردن مقاله از پایگاه اطلاعاتی، در پذیرفته‌شدن من برای مقاطع تحصیلی بالاتر مؤثر است(اطلاع‌یابی).	۰/۰۶	−۰/۰۹	۰/۲۵	۰/۷۳	−۰/۰۱
۱۱	مهارت کار با موتورهای جست‌وجو و عملگرها، در کسب فرصت شغلی بهتر تأثیرگذار است (اطلاع‌جویی).	−۰/۰۴	−۰/۰۰۸	۰/۰۸	۰/۷۲	۰/۱۹
۱۴	توانایی محدودکردن جست‌وجو با استفاده از عملگرها یا سایر امکانات پایگاه‌های اطلاعاتی منجر به اثبات توانمندی‌ام به دوستانم خواهد شد (اطلاع‌جویی).	۰/۱۵	۰/۳۶	۰/۴۰	۰/۲۲	۰/۷۶

شماره گویه	گویه	بار عاملی				
		S. A.	S. Con.	S. Com.	P. O.	P. P.
۱۵	مهارت در تشخیص درست مرتبط‌بودن منبع بازیابی شده با نیازهای اطلاعاتی، باعث می‌شود استادان و همکارانم تمایل بیشتری برای همکاری با من داشته باشند (استفاده از اطلاعات).	۰/۰۵-	۰/۰۴	۰/۰۵	۰/۱۸	۰/۶۴
۱۳	موفقیت در جست‌وجوهای هدفمند اطلاعاتی، باعث اثبات توانایی‌هایم به خودم و دیگران می‌شود (اطلاع‌یابی).	۰/۰۵	۰/۰۰	۰/۴۳	۰/۲۱	۰/۴۳

یافته‌ها

نقش هدف‌های اجتماعی به‌عنوان یک متغیر شناخت اجتماعی در رفتار اطلاعاتی از دیدگاه کاربران چقدر است؟

باتوجه‌به جدول۴، تفاوت بین نقش هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی کاربران و حد متوسط معنادار است و این میزان بیش‌ازحد متوسط است.

جدول ٤. آزمون تی تک نمونه‌ای برای مقایسه میانگین میزان هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی

حد متوسط: ۴۵					
میانگین نمونه	انحراف استاندارد	T	Sig	تفاوت میانگین	معنادار؟
٥٦/۰٥	۶/۴۷۹	۳۳/۴۱۴	۰/۰۰۰	۱۱/۰۵	بله

در مرحله بعد هرکدام از مؤلفه‌های هدف‌های اجتماعی با حد متوسط مقایسه شد که نتایج آن در جدول ۵ آورده شده است. نتایج نشان داد که به‌جز نگرانی اجتماعی که تفاوت آن با حد متوسط معنادار نبود (به‌عبارتی میزان آن درحد متوسط بوده است)، میزان میانگین سایر مؤلفه‌های هدف‌های اجتماعی معنادار و بیشتر از حد متوسط بود.

جدول ٥. آزمون تی تک نمونه‌ای برای مقایسه میانگین میزان هریک از مؤلفه‌های هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی

حد متوسط: ۹						
مؤلفه‌های هدف‌های اجتماعی	میانگین نمونه	انحراف استاندارد	T	Sig	تفاوت میانگین	معنادار؟
وابستگی اجتماعی	۱۱/۸۲	۲/۱۹۲	۲۵/۲۱۱	۰/۰۰	۲/۸۲	بله
نگرانی اجتماعی	۸/۹۸	۲/۰۴۶	۰/۲-	۰/۸۴۲	۰/۰۲-	خیر
کسب شایستگی اجتماعی	۱۱/۶۶	۱/۹۰۴	۲۷/۳۳۶	۰/۰۰	۲/۶۶	بله

حد متوسط: ۹						
مؤلفه‌های هدف‌های اجتماعی	**میانگین نمونه**	**انحراف استاندارد**	**T**	**Sig**	**تفاوت میانگین**	**معنادار؟**
کسب نتایج جامعه‌پسند	۱۱/۸۸	۲/۳۰۶	۲۴/۴۳۵	۰/۰۰	۲/۸۸	بله
اثبات قدرت و توانمندی به دیگران	۱۱/۷۲	۱/۸۴۴	۲۸/۸۶۷	۰/۰۰	۲/۷۲	بله

برای بررسی معناداری تفاوت میانگین‌های این شاخص‌ها باهم، پس از آزمون یک‌نواختی کوواریانسی (آزمون کرویت موخلی) از آزمون تحلیل واریانس درون موردی استفاده شد. همان‌طورکه در جدول ۶ مشاهده می‌شود، نتایج آزمون نشان از معناداری تفاوت میانگین مؤلفه‌های هدف‌های اجتماعی باهم دارند. همچنین آزمون تعقیبی بونفرنی انجام شد و نتایج نشان داد که تفاوت میانگین بین نگرانی اجتماعی و سایر مؤلفه‌های هدف‌های اجتماعی معنادار بود و میانگین نگرانی اجتماعی کمتر از وابستگی اجتماعی، کسب شایستگی اجتماعی، کسب نتایج خاص اجتماعی و اثبات قدرت و توانمندی به دیگران است. تفاوت میانگین سایر مؤلفه‌ها با هم معنادار نبود.

جدول ٦. نتیجه آزمون آنالیز واریانس درون موردی جهت بررسی تفاوت میانگین‌ها در بین متغیرهای درون موردی

متغیرها	**sig**	**F**	**df**	**معنادار**
وابستگی اجتماعی	۰/۰۰۰	۱۸۵/۳۶۹	۴	بله
نگرانی اجتماعی				
کسب شایستگی اجتماعی				
کسب نتایج جامعه‌پسند				
اثبات قدرت و توانمندی به دیگران				

در جست‌وجوی پژوهشگر منبعی که به بررسی هدف‌های اجتماعی و رفتار اطلاعاتی پرداخته باشد یافت نشد. لذا پیشینه‌هایی که نقش هدف‌های اجتماعی بر رفتار به‌طورکلی را موردبررسی قرار داده بودند؛ موردتوجه قرار گرفت. ارلی و اشر (۱۹۹۶) هدف‌های اجتماعی را مؤثر بر پاسخ‌های رفتاری افراد و اینکه در مواجهه با موقعیت‌های خاص چه تصمیمی می‌گیرند می‌دانند. همچنین در بررسی رادکیل، رایان، جامینسون و ویلسون (۲۰۱۳) جهت‌گیری رفتار را مطابق با سازگاری اجتماعی و هدف‌های اجتماعی افراد دانسته‌اند و در پژوهش رایان و همکاران (۱۹۹۷) و جروین و نیکولز (۱۹۹۶) هدف‌های اجتماعی فرد در انتخاب رفتار و تصمیمی که فرد می‌گیرد، مؤثر دانسته شده و تأثیر آن را مورد تأیید قراردادند. لذا باتوجه‌به پیشینه‌های پژوهش انتظار می‌رفت که نقش اهدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی به‌عنوان نوعی رفتار بیشتر از حد متوسط باشد. نتایج به‌دست‌آمده هم‌سو با پیشینه‌های پژوهش بوده و نقش هدف‌های اجتماعی در رفتار

اطلاعاتی از دیدگاه کاربران را مورد تأیید قرارداد. هدف‌های اجتماعی نشأت گرفته از شناختی است که فرد از محیط پیرامون خود دارد؛ بنابراین پیشینه ذهنی وی می‌تواند در جست‌وجو و استفاده از منابع اطلاعاتی تأثیر بگذارد. همچنین از میان مؤلفه‌های هدف‌های اجتماعی، نگرانی اجتماعی کمترین نمره را کسب کرده و این نمره کمتر از حد متوسط بوده است. ترس از سوءاستفاده در میان دانشجویان تحصیلات تکمیلی به‌دلیل داشتن حس مشارکت و تمایل به انجام کار گروهی وجود ندارد یا میزان آن خیلی کم است. همچنین به‌دلیل آموزش تخصصی در دوره‌های تحصیلات تکمیلی افراد به لحاظ مهارتی در یک سطح هستند و احتمال سرشکستگی به دلیل عدم تخصص در جمع همتایان وجود ندارد. آنچه در دوره تحصیلات تکمیلی بیشتر از سایر دوره‌های آموزشی نمود پیدا می‌کند، جنبه کاربردی تکالیف درسی است و عمدتاً در این مقطع آموزشی کار انفرادی وجود ندارد؛ بنابراین زمانی که تکلیفی به عهده دانشجو گذاشته می‌شود لزوماً انفرادی نیست و مشارکت سایرین در انجام آن می‌تواند به‌منزله آموختن یک مهارت جدید یا آشنایی با یک مبحث جدید علمی باشد و این همکاری دلیلی بر ایجاد توقع در میان دانشجویان برای انجام تکالیف درسی‌شان محسوب نمی‌شود.

آیا متغیرهای جمعیت شناختی(حوزه تحصیلی، مقطع تحصیلی و جنسیت) بر میزان هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی نقش داشته است؟

جدول ۷ نتایج حاصل از پژوهش را درباره میزان آماره‌های توصیفی متغیرهای موردمطالعه برحسب حوزه‌های تحصیلی (شاخص‌های مرکزی میانگین و شاخص پراکندگی انحراف معیار) و نتایج آزمون تحلیل واریانس به‌منظور بررسی معناداری تفاوت میانگین متغیرها در میان حوزه‌های تحصیلی نمونه، پس از بررسی فرض همگن‌بودن واریانس‌ها (آزمون لوین)[1] به‌طور خلاصه ارائه نموده است. همان‌طور که در جدول ملاحظه می‌گردد، چون سطح معناداری آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه از عدد ۰/۰۵ بیشتر است، لذا دلیلی بر رد فرض برابری میانگین‌های حوزه‌های تحصیلی مختلف یافت نشد. به‌بیان‌دیگر، حوزه‌های تحصیلی آزمودنی‌ها نقشی در متغیر پژوهش نداشتند.

جدول ۷. آماره‌های توصیفی و آزمون مقایسه میانگین هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی برحسب حوزه‌های تحصیلی

متغیر	حوزه تحصیلی	میانگین	انحراف معیار	سطح معناداری آزمون لوین	F	سطح معناداری	معنادار

1. Leven Test

هدف‌های اجتماعی	علوم انسانی	۵۶/۵۰	۶/۳۹۵	۰/۹۳۴	۰/۶۸۱	۰/۵۶۴	خیر
	علوم پایه	۵۶/۱۷	۶/۲۵۳				
	کشاورزی	۵۵/۹۷	۶/۶۳۵				
	فنی مهندسی	۵۵/۳۳	۶/۶۳۵				

جدول ۸، میزان آماره‌های توصیفی متغیرها و شاخص‌های آن‌ها (شاخص مرکزی میانگین و شاخص پراکندگی انحراف معیار) و نتایج آزمون t مستقل را که پس از اطمینان از همگن‌بودن واریانس‌ها (آزمون لوین) به‌منظور بررسی معناداری تفاوت میانگین‌ها در این متغیرها در میان مقاطع تحصیلی نمونه پژوهش، انجام‌شده، به‌طور خلاصه ارائه نموده است. همان‌طور که در جدول ۸ ملاحظه می گردد، چون سطح معناداری آزمون t مستقل از عدد ۰/۰۵ کمتر است، نتیجه می گیریم، مقطع تحصیلی آزمودنی‌ها در میزان هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی نقش داشت.

جدول ۸. آماره‌های توصیفی و آزمون مقایسه میانگین
متغیرهای خودکارآمدی، اسناد، هدف‌های اجتماعی و رفتار اطلاعاتی برحسب مقاطع تحصیلی

متغیر	مقاطع تحصیلی	میانگین	انحراف معیار	سطح معناداری آزمون لوین	T	سطح معناداری	معنادار
هدف‌های اجتماعی	کارشناسی ارشد	۵۶/۴۵	۶/۴۱۸	۰/۹۲۳	۱/۹۹۸	۰/۰۴۸	بله
	دکتری	۵۴/۹۸	۶/۵۴۷				

جدول ۹، میزان آماره‌های توصیفی متغیرها و شاخص‌های آن‌ها (شاخص مرکزی میانگین و شاخص پراکندگی انحراف معیار) و نتایج آزمون t مستقل را که پس از اطمینان از همگن‌بودن واریانس‌ها (آزمون لوین) و نرمال‌بودن توزیع داده‌ها به‌منظور بررسی معناداری تفاوت میانگین‌ها در این متغیرها در میان مقاطع تحصیلی نمونه پژوهش، انجام‌شده است، به‌طور خلاصه ارائه نموده است. همان‌طور که در جدول ۹ ملاحظه می‌گردد، چون سطح معناداری آزمون t مستقل از عدد ۰/۰۵ کمتر است، نقش جنسیت آزمودنی‌ها در متغیر هدف‌های اجتماعی معنادار بود.

جدول ۹. آماره‌های توصیفی و آزمون مقایسه میانگین هدف‌های اجتماعی
در رفتار اطلاعاتی برحسب جنسیت

متغیر	مقاطع تحصیلی	میانگین	انحراف معیار	سطح معناداری آزمون لوین	T	سطح معناداری	معنادار
هدف‌های اجتماعی	مرد	۵۴/۸۶	۶/۳۸۴	۰/۲۴۴	۲/۶۴-	۰/۰۰۹	بله
	زن	۵۶/۰۵	۶/۴۵۲				

از بررسی‌های جمعیت‌شناختی چنین برمی‌آید که حوزه تحصیلی آزمودنی‌ها در میزان هدف‌های اجتماعی آن‌ها مؤثر نبوده و میان نمره آزمودنی‌های حوزه چهارگانه (علوم انسانی، علوم پایه، علوم مهندسی و کشاورزی) تفاوت معنادار نبود؛ اما مقطع تحصیلی و جنسیت بر نمره آزمودنی‌ها در هدف‌های اجتماعی مؤثر بود و دانشجویان دکتری نمره کمتری نسبت‌به دانشجویان کارشناسی ارشد کسب کرده‌اند. هنگام بحث در رابطه با وابستگی اجتماعی یکی از مواردی که موردتوجه قرار می‌گیرد، اعتلای زبان مادری است، باتوجه‌به اینکه تولیدات علمی امروزه بیشتر به زبان انگلیسی بوده و دانشجویان دکتری به‌منظور آگاهی از یافته‌های جدید علمی و آشنایی با پژوهش‌های حوزه تخصصی‌شان و هم‌گام‌شدن با پژوهشگران رشته، نسبت به دانشجویان کارشناسی ارشد، گرایش بیشتری به استفاده از منابع لاتین دارند. افراد در مقطع دکتری بیشتر به استقلال فردی و فکری می‌رسند و به‌دلیل ثبات جایگاه اجتماعی و برخورداری از احترام از نگرانی اجتماعی کمتری برخوردارند. ضمن اینکه افراد در این مقطع عموماً مورد تأیید خانواده قرار می‌گیرند و به‌عبارتی تحصیل در مقطع دکتری سربلندی در خانواده را به‌دنبال دارد و باعث می‌شود، فرد در جمع دوستان و استادان مورد تأیید قرار بگیرد و می‌توان گفت با تحصیل در مقطع دکتری شایستگی اجتماعی کسب کرده‌اند. همچنین به‌نظر می‌رسد، هرچه مقطع تحصیلی بالاتر برود، به‌دلیل تخصص در انجام جست‌وجوهای هدفمند، توانایی در استفاده از عملگرها و مهارت در تشخیص درست و مرتبط‌بودن منابع با نیاز اطلاعاتی، تخصصی‌شدن مطالعات و جزئی‌شدن حوزه مطالعاتی در مقاطع تحصیلی بالاتر جایگاه حرفه‌ای فرد در میان همتایانشان تثبیت‌شده و افراد با تخصص‌های مختلف برای انجام یک پژوهش گرد هم می‌آیند و عدم تخصص در یک حوزه، سرشکستگی فرد را به‌دنبال نخواهد داشت.

در رابطه با جنسیت طبق نتایج به‌دست‌آمده زنان نسبت به مردان نمره بالاتری کسب کرده‌اند و باتوجه‌به اینکه شاخص‌های هدف‌های اجتماعی (وابستگی اجتماعی، نگرانی اجتماعی، کسب شایستگی اجتماعی، کسب نتایج جامعه‌پسند و اثبات قدرت و توانمندی به دیگران) با عواطف و احساسات مرتبط است، منطقی است به‌دلیل تفاوت احساسات در مردان و زنان تفاوت معنادار باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج نشان داد، میزان میانگین هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی از حد متوسط بیشتر بود. همچنین حوزه تحصیلی آزمودنی‌ها در میزان هدف‌های اجتماعی در رفتار اطلاعاتی آن‌ها مؤثر نبوده و میان نمره آزمودنی‌های حوزه چهارگانه (علوم انسانی، علوم پایه، علوم مهندسی و کشاورزی) تفاوت معنادار نبود؛ اما مقطع تحصیلی و جنسیت بر نمره آزمودنی‌ها در هدف‌های اجتماعی مؤثر بود. باتوجه‌به اینکه هدف‌های اجتماعی به اهدافی در فرد اختصاص می‌یابد که به‌صورت آگاهانه در ارتباط با فرد یا عاملی دیگر اتخاذ می‌کند. هنگامی که فرد جست‌وجوگر اطلاعات در تعامل با نظام‌های مختلف اطلاعاتی قرار می‌گیرد مثل تمامی تعاملات فرد با نظام‌های اطلاعاتی، اعم از سطح تعاملی انسان‌رایانه (مانند استفاده از موشواره، یادگیری پیوندها) و سطح تعاملی فکری (مثل اتخاذ راهبرد جست‌وجو بولی با تعیین معیارهایی برای انتخاب کتاب‌های مرتبط از بین کتاب‌های هم موضوع در کتابخانه و فعالیت‌هایی مثل قضاوت و ربط داده‌ها و اطلاعات بازیابی‌شده) یا هنگام جست‌وجوی هدفمند اطلاعات در پی بروز نیاز اطلاعاتی برای نیل به هدف خاص تلاش کند. همچنین فعالیت‌هایی مثل یادداشت‌برداری، مشخص‌کردن مطالب مهم در یک متن و فعالیت‌های فکری مثل مقایسه اطلاعات جدید با دانش موجود، قرار بگیرد؛ ممکن است، به دلیل وابستگی‌های اجتماعی (اعتلای کشور، سربلندی خانواده و غیره)، نگرانی اجتماعی (ترس از مورد سوء استفاده قرارگرفتن توسط دیگران، سرشکستگی در جمع یا ایجاد توقع در دیگران)، کسب شایستگی اجتماعی (جلب‌توجه دوستان، مورد تأیید قرارگرفتن و افزایش محبوبیت در بین دوستان)، کسب نتایج جامعه‌پسند (پذیرفته‌شدن در مقاطع تحصیلی بالاتر، کسب فرصت شغلی بهتر و کسب مراتب \علمی بالاتر) و اثبات قدرت و توانمندی به دیگران (اثبات توانایی به خود فرد و دیگران و افزایش تمایل به همکاری با فرد) رفتار متفاوتی از فرد سر بزند. به‌عنوان‌مثال در استفاده از منبع لاتین تردید کند یا به‌دلیل ترس از سو استفاده توانایی خود را در جست‌وجو هدفمند اطلاعات را بروز ندهد یا اقدام به آموختن مهارت خاص برای افزایش محبوبیت خود نزد دیگران کند. همچنین باتوجه‌به خلأ مطالعاتی که در پژوهش‌های حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی با رویکرد شناخت اجتماعی به‌طورکلی وجود دارد و در رابطه با متغیر هدف‌های اجتماعی به‌طورخاص، وجود دارد؛ این پژوهش می‌تواند با آگاه‌کردن متصدیان امر اطلاع‌رسانی جامعه درباره دلایل پنهان و ناشناخته متأثر از شناخت اجتماعی و تأثیر آن‌ها بر رفتار اطلاعاتی، به حل آن‌ها کمک کند و با دردسترس قراردادن ابزار مفهومی برای شناخت و درک این متغیرها، در توانمندسازی حرفه‌وفن اطلاع‌رسانی بسیار مؤثر باشد. دراین‌راستا، پیشنهادهای زیر مطرح می‌شود:

- پیشنهاد می‌شود این پژوهش برای دانشجویان سایر دانشگاه‌ها و در سطح مقطع تحصیلی کارشناسی نیز تکرار شود؛

- تکرار این پژوهش با استفاده از دیگر متغیرهای شناخت اجتماعی که در این مطالعه آگاهانه یا ناآگاهانه به آن‌ها توجه نشده است (به‌عنوان‌مثال دانش راهبردی[1]، انتظار نتیجه[2] و اعتقاد بر مشروعیت پرخاشگری)[3]، پیشنهاد می‌شود؛

- پیشنهاد می‌شود که پژوهشی باهدف بررسی تأثیر عوامل شناخت اجتماعی بر استفاده یا عدم استفاده از اطلاعات، به‌منظور درک هرچه بیشتر نقش شناخت اجتماعی در رفتار اطلاعاتی، انجام شود.

1. Strategy knowledge
2. Outcome expectations
3. Beliefs about the legitimacy of aggression

منابع

بهزادی، حسن. (۱۳۹۳). *تأثیر هیجان‌ها و القای هیجانی بر رفتار اطلاع یابی کاربران و تعیین الگوی انتساب هیجان‌ها بر اساس نظریه انتساب (اسناد) وینر* (پایان نامه دکتری). مشهد: دانشگاه فردوسی.

دامغانیان، حسین، یزدانی زیارت، محمد. (۱۳۹۴). تأثیر سبک‌های شوخ‌طبعی بر شایستگی اجتماعی در ارتباطات بین فردی سازمانی، *فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*. ۴(۳)، ۴۰۹-۴۲۶. بازیابی شده در شهریور۹۸ دریافت از https://jisr.ut.ac.ir/article_56200_c6b5784aa95cbe9e5d95dd845d9c4f4f.pdf

داور پناه، محمدرضا. (۱۳۸۶). *نیاز اطلاعاتی و رفتار اطلاع‌یابی*. تهران: دبیزش.

داورپناه، محمدرضا، سالاری، محمود. (۱۳۹۰). نظریه اجتماعی و محیط استفاده از اطلاعات: نقش ساختار و کنش در شکل گیری رفتار و الگوی اطلاع‌یابی. *پژوهشنامه کتابداری و اطلاع رسانی*،۱(۱)،۷-۲۲. بازیابی شده از https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi0pNm2mLXkAhX3XhUIHWYVCQgQFjAAegQIBRAC&url=https%3A%2F%2Finfosci.um.ac.ir%2Findex.php%2Friis%2Farticle%2Fview%2F3311%2F796&usg=AOvVaw35UfsF711kQf0jR4okU4XG

شیخ محمدی، عباس، ارجمندنیا، علی اکبر، حسن زاده، سعید، رضایی میرحصاری، علی. (۱۳۹۳). اثربخشی برنامه مبتنی بر شایستگی اجتماعی در افزایش مهارتهای اجتماعی دانش آموزان دارای ناتوانی های یادگیری، *فصلنامه کودکان استثنایی*. ۲(۵۳)، ۱۹-۲۱ بازیابی شده در شهریور ۱۳۹۸ https://elmnet.ir/Article/745647

صحبت زاده لنبر، رزاق. (۱۳۷۹). *بررسی ارتباط بین اسناد نیت، هدفهای اجتماعی و ادراک خود کارآمدی کودکام تیزهوش با پاسخ‌های رفتاری به محرک‌های مبهم اجتماعی در مدارس راهنمایی تیزهوشان شهر تهران* (پایان‌نامه ارشد). تهران: دانشگاه تربیت مدرس. تهران، ایران.

کیانی، محمدرضا (۱۳۹۱). *تحلیل و آزمون الگوی روابط میان عدم استفاده اجباری از اطلاعات با اجتناب شناختی، جهت‌گیری منفی به مشکل و عدم تحمل بلاتکلیفی بر اساس مدل مستخرج از دسته‌بندی هیوستن (با رویکردی شناختی)*. پایان نامه دکتری. دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران.

محققی، حسین؛ دوستی پیمان؛ جعفری داود (۱۳۹۵). اثیر درمان پذیرش و تعهد بر فرانگرانی، نگرانی اجتماعی و نگرانی سلامتی دانشجویان. مطالعات روانشناسی بالینی.۶(۲۳)

Anderman, L. H. & Anderman, E. M. (1999). Social predictors of changes in students' achievement goal orientations. *Contemporary Educational Psychology*, 24(1), 21–37. Retrieved from https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0361476X9890978X

Baker, C. L., Goodman, N. D., & Tenenbaum, J. B. (2008 July). Theory-based social goal inference. Presented at the thiertieth annual conference of the cognitive science society, 1447-1452. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Chris_Baker12/publication/228771630_Theory-based_social_goal_inference/links/546e121a0cf2bc99c215187c/Theory-based-social-goal-inference.pdf

Bandura, A., & Adams, N. E. (1977). Analysis of self-efficacy theory of behavioral change. *Cognitive Therapy and Research*, 1(4), 287-310. Retrieved from https://link.springer.com/article/10.1007/BF01663995

Capurro, R. (1985). *Epistemology and information science: Lecture given at the Royal Institute of Technology Library*. Stockholm, Sweden: Royal Institute of Technology Library. Retrieved from
https://eric.ed.gov/?id=ED293550

Cornelius, I. (2002). Theorizing information for information science. *Annual Review of Information Science and Technology* (ARIST), 36(1), 393-405 Retrieved from www.academia.edu/download/6070399/cornelius-TheorizingInformationForInformationScience-ARIST-vol36-2002.pdf

Crik. N.R & Dodge K.A. (1994). A review and re formation processing in child 's social adjustment. *Psychology Bulletin*. 115(1), 74. Retrieved from https://psycnet.apa.org/buy/1994-20990-001

Crick, N. R., & Dodge, K. A. (1994). A review and reformulation of social information-processing mechanisms in children's social adjustment. *Psychological bulletin*, *115*(1), 74. Retrieved from
https://psycnet.apa.org/record/1978-30639-001

Dowson, M., & McInerney, D. M. (2001). Psychological parameters of students' social and work-avoidance goals: A qualitative investigation. *Journal of Educational Psychology, 93(1)*, 35–42. Retrieved from https://psycnet.apa.org/record/2001-16705-004

Erdle, C. A., Rivera, M. S., Shepherd, E. J., & Holleb, L. J. .(2010). Social-cognitive models and skills. nagle, D. W., Hansen, D. J., Erdley. C. A., Norton, p. j. (Eds). *Practitioner's uide to Empirically Based Measures of Social Skill (2.538)*. London: springer. Retrieved from
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-4419-0609-0_2

Erdley, C. A., & Asher, S. R. (1996). Children's social goals and self-efficacy perceptions as influences on their responses to ambiguous provocation. *Child development*, *67*(4), 1329-1344. Retrieved from https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-8624.1996.tb01799.x

Erdley, C. A., Cain, K. M., Loomis, C. C., Dumas-Hines, F., & Dweck, C. (1997). Relations among children's social goals, implicit personality theories, and responses to social failure. *Developmental Psychology, 33(2)*, 263–272. Retrieved from https://psycnet.apa.org/record/1997-07406-007

Hjørland,B.(2002). Epistemology and the Socio-Cognitive Perspective in Information Science. *Journal of The American Society for Information Science and Technology*. 53(4), 257–270. Retrieved from
https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/asi.10042

Horst, S. J., Finney, S. J., & Barron, K. E. (2007). Moving beyond academic achievement measures: A study of social achievement goals. *Contemporary Educational Psychology*. 32(4), 667–698. Retrieved from https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0361476X06000622

Jarvinen, D. W., & Nicholls, J. G. (1996). Adolescents' social goals, beliefs about the causes of social success, and satisfaction in peer relations. *Developmental Psychology*, 32(3), 435–441. Retrieved from https://psycnet.apa.org/record/1996-01760-006

Mackintosh, K. (2016). Mission possible: Using ubiquitous social goal sharing technology to promote physical activity in children. *Movement, Health & Exercise*, 5(2), 1-15. Retrieved from https://cronfa.swan.ac.uk/Record/cronfa29375

Patrick, H., Hicks, L., & Ryan, A. M. (1997). Relations of perceived social efficacy and social goal pursuit to self-efficacy for academic work. *The Journal of Early Adolescence*, 17(2), 109-128. Retrieved from

https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0272431697017002001

Rodkin, P. C., Ryan, A. M., Jamison, R., & Wilson, T. (2013). Social goals, social behavior, and social status in middle childhood. *Developmental Psychology*, *49*(6), 1139. Retrieved from https://psycnet.apa.org/doiLanding?doi=10.1037/a0029389

Ryan, A. (2009). Different conceptualization of social goals. Retrieved from http://www. Educ- ation.com/ reference/article/social-goals

Ryan, A. M., & Shim, S. S. (2008). An exploration of young adolescents' social achievement goals and social adjustment in middle school. *Journal of Educational Psychology*, *100*(3), 672. Retrieved from https://psycnet.apa.org/record/2008-10939-013

Ryan, A. M., Hicks, L., & Midgley, C. (1997). Social goals, academic goals, and avoiding seeking help in the classroom. *The Journal of Early Adolescence*, *17*(2), 152-171. Retrieved from https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0272431697017002003

Stuntz, C. P., & Weiss, M. R. (2015). Social goal orientations, perceived beliefs of significant others, and adolescents' own beliefs about unsportspersonlike play. *Journal of Sport Behavior*, 38(1), 79. Retrieved from http://search.proquest.com/openview/83122703c99399a412c4e6b141c6b305/1?pq-origsite=gscholar&cbl=30153

Taylor, R.S. (1968). Question–negotiation and information seeking in libraries. *College and Research Libraries*, 29, 178–194. Retrieved from http://crl.acrl.org/index.php/crl/article/view/16421

Urdan, T., & Maehr, M. (1995). Beyond a two-goal theory of motivation: A case for social goals. *Review of Educational Research*, 65, 213–244. Retrieved from https://crl.acrl.org/index.php/crl/article/view/16421

Wentzel, K. (2005). Peer relationships, motivation, and academic performance at school. In A. J. Elliot, & C. S. Dweck, (Eds.). *Handbook of competence and motivation* (pp. 279–296). New York: Guilford Publications.

Wentzel, K. R. (1996). Social and academic motivation in middle school: Concurrent and long-term relations to academic effort. *Journal of Early Adolescence*, 16(4), 390–406. Retrieved from https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0272431696016004002

What is Social Cognition. (2016,feb17). International Social Cognition Network. Retrieved from http://www.ucl.ac.uk/~ucjtrc1/ISCON

Wilson, T. D. (2000). Human information behavior. *Informing Science*, 3(2), 49- 56. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Tom_Wilson25/publication/270960171_Human_Information_Behavior/links/57d32fe508ae601b39a42875/Human-Information-Behavior.pdf